

INFLUENCIA DE LOS STAKEHOLDERS EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS PYMES PERUANAS

INFLUENCE OF STAKEHOLDERS ON THE BUSINESS COMPETITIVENESS OF PERUVIAN PYMES

<https://doi.org/10.24265/afi.2024.v15n1.01>

Luis Lizárraga Pérez
Universidad de San Martín de Porres
llizarragap@usmp.pe
<https://orcid.org/0009-0003-3894-6598>

Juan Alva Gómez
Universidad de San Martín de Porres
jalvag@usmp.pe jalvag@usmp.pe
<https://orcid.org/0009-0009-8539-2683>

Julio Vergara Herrera
Universidad de San Martín de Porres
jvergarah@usmp.pe
<https://orcid.org/0009-0009-9938-3614>

Recibido: 1 de noviembre del 2023

Aceptado: 22 de abril del 2024

RESUMEN

El trabajo busca poner en contexto la necesaria relación de los stakeholders tanto internos como externos de las Pymes peruanas y los componentes estratégicos que contribuyen a la mejora de la competitividad empresarial, como se ha podido apreciar tanto en la revisión de la literatura y en los resultados cuali-cuantitativos, sobre todo al explicarles el concepto que en muchos casos por ser un término en inglés poco conocido, en especial el reconocer la importancia de todos los llamados stakeholders en la gestión de las Pymes.

El concepto de la generación de valor compartido para todos los *stakeholders* constituye una valiosa herramienta para la competitividad en el desarrollo empresarial, y que es compartido por prestigiosas entidades académicas de los principales continentes, así como la asociación más importante mundialmente de los principales ejecutivos (Business Round Table) de las más grandes empresas globales, si bien es cierto es un concepto más moderno que el anterior que solo consideraba a los accionistas para generarles valor, es quizá algo desconocido para muchos encuestados, sin embargo, reconocen al explicarlo su importancia y relevancia del tema y es un hallazgo fundamental que contribuye en la estabilidad, durabilidad y competitividad de las empresas Pymes.

Un factor relevante en el país es la multiplicidad de trámites e instituciones gubernamentales que participan y regulan a las empresas formales en general y en especial de las Pymes del

©Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0). Faculta a los usuarios a compartir: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato y adaptar: remezclar, transformar y desarrollar el material, siempre y cuando se acredite al autor original, no se utilice con propósitos comerciales y las nuevas creaciones se licencien bajo los mismos términos de esta licencia.



país y esto es reconocido tanto por diversos estudios y comentarios de la literatura, así como los expertos entrevistados y los entrevistados.

Se observa un alto porcentaje de encuestados que coinciden en la necesidad de involucrarse en la tecnología y digitalización empresarial por ser un factor muy decisivo en la alta competitividad empresarial, hay que resaltar los costos que tienen para este tipo de empresas, especialmente para las pequeñas empresas.

PALABRA CLAVE: stakeholders, competitividad, Pymes

ABSTRACT

The work seeks to put in context the necessary relationship between the internal and external Stakeholders of Peruvian SMEs, as has been seen both in the review of the literature and in the qualitative-quantitative results, especially by explaining the concept that in many cases by be a little-known term in English, especially recognizing the importance of all stakeholders in the management of SMEs.

The concept of generating shared value constitutes a valuable tool for business development and is shared by prestigious academic entities from the main continents, as well as the most important association worldwide of the main executives of the largest global companies, although it is True, it is a more modern concept than the previous one that only considered shareholders. It is perhaps something unknown to many respondents. However, when explaining it, they recognize its importance and relevance to the topic and it is a fundamental finding that contributes to stability, durability and competitiveness. of SME companies.

A relevant factor in the country is the multiplicity of procedures and government institutions that participate and regulate formal companies in general and especially SMEs in the country and this is recognized by various studies and comments in the literature, as well as experts. interviewed and the interviewees.

There is a high percentage of respondents who agree on the tremendous need to get involved in technology and business digitalization because it is a very decisive factor in high business competitiveness. It is necessary to highlight the costs they have for this type of companies, especially for small businesses.

KEYWORDS: stakeholders, competitiveness, pymes

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca como objetivo fundamental la interrelación de los *stakeholders* y las herramientas de gestión poco utilizadas por las pymes peruanas que podrían contribuir a mejorar su competitividad empresarial, analizando su problemática, su alto nivel de informalidad y en muchos casos, su vida empresarial no alcanza los cinco años buscando su mayor competitividad, por eso queremos destacar herramientas tales

como la generación de valor compartido y el uso de nuevas tecnologías de la información entre otras, ya que las grandes empresas las están utilizando; se trata además, de explicar y proponer alternativas de mejora para la competitividad de las pymes peruanas constituyendo estos aspectos objetivos del presente trabajo aunados al entendimiento y comprensión de la importancia de los stakeholders internos y externos, tanto desde una óptica de revisión de la literatura

existente, como de una evaluación de campo tanto cualitativa y cuantitativa para poder tener una mejor visión del beneficio que traerá el uso de estos conceptos y herramientas en forma generalizadas y no solamente aislada como se observó en el trabajo de campo

Los stakeholders son parte fundamental de cualquier tipo de organización empresarial y también de las instituciones sin fines de lucro, su correlación y estudio ya tiene un buen tiempo; El conocimiento y evaluación de los stakeholders resulta estratégico para las pymes, particularmente en nuestro país, para poder lograr ventajas competitivas y financieras que generen valor económico, dada la alta competencia nacional y extranjera; el planeamiento estratégico e innovación serán complementos fundamentales en la búsqueda de la competitividad de las pymes especialmente para la tercera década del siglo XXI. Vemos también que la competitividad tiene componentes internos y externos relevantes para las pymes, en la parte interna vemos como ellas se organizan, qué nivel de calidad brindan ya sea servicios o productos, y cómo la tecnología y la digitalización está modificando el actuar y perspectivas que involucra las operaciones que cada una de ellas debe realizar.

El Covid-19 ha sido una pandemia que ha modificado y acelerado los cambios organizacionales, financieros y operativos de las pymes; principalmente la etapa de paralización total tanto productivo y con demandas cambiantes, constituyen una etapa muy dura para este tipo de organizaciones fue el 11 de marzo del 2020 que la OMS declaró a nivel mundial esta pandemia y generó en todo el mundo un confinamiento total con diferentes duraciones en distintas partes, siendo en el caso peruano una etapa prolongada; según la Universidad de Johns Hopkins al 10 de marzo del 2023 en el mundo se tuvo 606'609,955 millones de personas contagiadas y 6'881,955 de personas fallecidas por esta enfermedad lo cual nos muestra el impacto mundial en la salud que causó y las secuelas en muchas

actividades empresariales, además se aplicaron 13,338'833,1988 millones administrándose esa elevada cantidad de dosis en la población mundial que luego de más de tres años la OMS recién la declaró concluida, quedando como una enfermedad endémica producida por un coronavirus sumamente mutante.

Cabe destacar, además, el impulso que ha cobrado el desarrollo de muchas tecnologías cuya aplicación se aceleraron con esta pandemia afectando principalmente a las micro, pequeñas y medianas empresas en casi todo el planeta. Sin embargo, queremos mencionar que:

El impacto de la emergencia sanitaria afectó principalmente a las empresas más pequeñas. Según PRODUCE, en el 2020 cerraron el 25,7% de las microempresas, el 10,3% de las pequeñas, 6,4% de las medianas y el 8,4% de las grandes. Estos resultados se encuentran en línea con una encuesta realizada en el 2020 por el Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés) a más de 4467 empresas en más de 132 países, que mostró que 1 de cada 5 PYMES quebró dentro de los tres primeros meses de iniciada la pandemia. En agregado, de las casi 600 mil empresas peruanas que dejaron de operar en el 2020, casi el 99% fueron MYPES. (IPE 2021).

El término Pymes se tienen muchas acepciones o explicaciones; pero queremos destacar la que brinda el Consejo de Normas Internacionales de Información Financiera - International Accounting Standards Board (IASB), 2009 y el (International Accounting Standards Committee Foundation) IASCF comentan: El término PYMES se refiere a pequeñas y medianas entidades, según el IASB indica:

Las pequeñas y medianas entidades, tal y como lo usa el IASB se define y explica: Las pequeñas y medianas entidades son entidades que no tienen obligación pública de rendir cuentas, y publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos. Son ejemplos de usuarios externos

los propietarios que no están implicados en la gestión del negocio, los acreedores actuales o potenciales y las agencias de calificación crediticia. IASB (2009).

Es importante comentar que el mayor número de empresas en el mundo son las llamadas micro empresas, a las cuales en varios países incluyendo al Perú se les denomina mypes, el otro importante sector empresarial son las grandes empresas o corporaciones estos dos últimos tipos empresariales son distintos a las pymes, ya que estas están en el centro de estos dos extremos.

STAKEHOLDERS Y LA EMPRESA

El término stakeholder es una palabra que viene del inglés que, en el ámbito empresarial, significa 'interesado' o 'parte interesada', y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa. Son un elemento esencial que debe ser tomado en cuenta en la planificación estratégica de las empresas. Quien lo da a conocer este concepto es R. Edward Freeman (1984).

En toda organización, además de sus propietarios, participan diversos actores claves y grupos sociales que están constituidos por las personas o entes que, de una manera y otra, tienen interés en el desempeño de una empresa porque están relacionadas, bien directa, o indirectamente con ella. En estos grupos podemos contar a los empleados, clientes, proveedores, accionistas, inversores, entes públicos, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, organizaciones civiles, la comunidad y la sociedad en general. E. Freeman (2010).

Es por esto que la competitividad y el éxito o el fracaso de una empresa afecta o concierne no sólo a sus dueños, sino también a los trabajadores y a sus familias; a los proveedores, a los competidores, así como a la comunidad en su conjunto donde se encuentra insertada, entre otros factores.

Según E. Freeman et. al 2010, clasifica en dos categorías fundamentales de stakeholders, los cuales según este criterio serían:

Stakeholders internos

Son aquellos imprescindibles para el funcionamiento de la organización, es decir, todos aquellos que tienen una relación económica directa y participación con la empresa, tales como, accionistas, directores, gerentes, trabajadores y otros colaboradores internos.

Los stakeholders externos

Son aquellos que no participan directamente en las actividades de la empresa, pero que, sin embargo, se ven afectados por ella, tales como:

- Clientes, principal objetivo de la empresa y competitividad
- Proveedores
- Instituciones financieras y bancarias
- Instituciones gubernamentales relacionadas
- Contadores, auditores y consultores
- La vecindad a la empresa
- La comunidad en general
- El entorno ambiental
- Otros particulares de que pueda tener cada tipo de empresa.

EL CONTEXTO DE LOS STAKEHOLDERS

Sobre el tema de los stakeholder encontramos diversas visiones que nos permiten ver que para una mejor competitividad empresarial es necesario comprender el enfoque que se le da y que cada vez se encuentran más elementos que son claves en la gestión empresarial sobre todo en los momentos actuales donde la alta competencia global obliga a las empresas a comprender cada vez mejor a sus stakeholder. La cuestión de la legitimidad, de igualdad entre los intereses de los stakeholders, y la discusión de por qué preocuparse por los que pueden ser afectados por la organización además de incorporar grupos que afectan a la empresa que antes no habían sido considerados.

El tema e importancia de los stakeholders refiriendo dos principios básicos:

El principio de los valores. Las acciones organizacionales e individuales son en parte causadas por los valores que tienen los individuos y las organizaciones.

El principio de la interdependencia. El éxito organizacional se debe en parte a las elecciones y acciones de los grupos que tienen un interés en la organización. Segundo está la idea que las organizaciones existen en un contexto, y aquí vuelve a aparecer el concepto de los stakeholders: Al tomar decisiones las corporaciones se encuentran con que hay otros grupos e individuos externos que tienen un interés en lo que hacen. (IESE - Newsletter N° 5 -2009).

Otro concepto importante con respecto a los stakeholders y su importancia en la competitividad empresarial, es cómo generan valor a la empresa. Sobre el particular traemos lo mencionado por el investigador del IESE Escuela de negocios de la Universidad de Navarra Antonio Argandoña (2011) quien nos comenta al respecto:

Qué significa que la empresa debe «crear valor para todos sus stakeholders» En este *paper* se trata de mostrar lo que significa la creación de valor económico y su apropiación por los distintos stakeholders, para llegar a la conclusión de que, mientras el concepto de «valor» sea solo económico, pero no una gestión sostenible y no conflictiva, porque estaremos olvidando aspectos importantes de la realidad. Se propone, en consecuencia, una ampliación del concepto de valor, pero no a partir de criterios externos a la empresa, sino desde el mismo centro de las relaciones entre la empresa y sus stakeholders. De este modo podemos identificar toda una gama de valores, que permiten llevar a la teoría de stakeholders a un nivel superior. La creación de valor económico se explica porque el precio que los consumidores pagan por un bien o servicio es mayor que el costo de producirlo. Este costo es el costo de oportunidad de los recursos. (...) Si el producto satisface mejor las necesidades actuales del consumidor sin reducir su capacidad de satisfacer necesidades futuras, habrá una mayor creación de valor, porque el comprador estará dispuesto a pagar por el un precio mayor.» Y si el productor utiliza una tecnología mejor, combina los recursos empleados con más eficiencia o paga

por ellos precios menores, también creará más valor económico. La teoría de los stakeholders ha sido alabada porque supone una superación de la visión limitada que pone como fin de la empresa la maximización del valor económico para los accionistas (Freeman 2008). **La introducción de la creación de valor para todos los stakeholders permite ampliar el marco de gestión de la empresa**, aproximándolo a un óptimo económico más realista, generando nuevas capacidades de creación cooperativa de valor y superando algunos conflictos. Una ampliación del punto de vista de la teoría de los stakeholders: si en la empresa no se crea un solo tipo de valor, sino varios, es posible encontrar mejores para **una creación sostenida de valores, económicos** de modo que se garantice el óptimo resultado económico (criterio de eficiencia) y se consiga una mejor gestión de la empresa. (...) Gestionar la empresa para el servicio de todos los stakeholders es ahora una tarea posible, porque no se trata de cómo repartir un recurso escaso, sino de **como generar valores no excluyentes**, que todos necesitan. Y esta es una tarea que, aunque se confía a los directivos, debe ser llevada a cabo por todos. (IESE- U. Navarra- A- Argandoña -2011).

Este concepto moderno cambia la figura de creación de valor que a inicios de los años 1970 difunde el premio nobel de Economía Milton Friedman en la llamada Escuela de Chicago. Sin embargo; se destaca el cambio de mentalidad de los más altos ejecutivos globales; lo que ha publicado el diario New York Times y reproducido por la BBC Mundo de fecha agosto 23 del 2019, donde se aprecia la propuesta de la famosa *Business Round Table* que agrupa a 181 CEO de las principales corporaciones globales mencionaron:

A partir de ahora, su propósito se ampliará con la mirada puesta en favorecer también a los empleados de las compañías, a sus clientes, proteger el medio ambiente, y a las comunidades en las que operan dejar una huella social. Lideraba el grupo del *Round table* el Sr. Jamie Dimon, quien además es presidente ejecutivo (CEO) del banco JP Morgan Chase, (BBC Mundo (agosto 2019).

El antiguo concepto de impulsar la creación de valor fundamentalmente para el accionista o propietarios, aún se sigue difundiendo en

las diversas escuelas de pre y post grado, así como en muchos libros del área de finanzas. La empresa se podría decir que constituye un sistema con varios interesados en que tenga una buena performance, ya que así todos se benefician. Se podría comparar con una red de multi interesados donde los accionistas tienen un papel central para propiciar un buen gobierno empresarial con todos los colaboradores externos e internos que permitan satisfacer expectativas que los diversos cambios tanto tecnológicos, financieros, de mercado y otros en función de las necesidades de los clientes y de la sociedad en su conjunto. Además, el concepto de generar valor económico propicia la duración y crecimiento de la empresa en el largo tiempo.

Queremos resaltar y destacar este concepto de *generar valor a todos los stakeholders* también con respecto a este concepto la opinión del destacado profesor de la Universidad de Harvard Michael Porter y M. Kramer en la publicación que hace el Harvard Business Review de enero del 2011 donde explica en detalle el concepto de *creación de valor compartido*:

Buena parte del problema se halla en las mismas compañías, las que siguen entrampadas en un enfoque anticuado de la creación de valor solamente para el accionista, el cual tiene varias décadas. Y aún muchas pymes y empresas grandes siguen teniendo una visión estrecha de la creación de valor, por el atractivo del desempeño financiero de corto plazo dentro de una, mientras pasan por alto las necesidades más importantes de los clientes e ignoran las influencias más amplias que determinan su éxito en el largo plazo. ¿Cómo explicar, si no, que pasaran por alto el bienestar de sus clientes, la depredación de los recursos naturales vitales para sus negocios, la viabilidad de sus proveedores clave o las penurias económicas de las comunidades donde producen y venden? ¿Cómo explicar, si no, que las empresas creyeran que limitarse a cambiar actividades a países con sueldos cada vez más bajos era una “solución” sustentable para los desafíos competitivos? Los gobiernos y la sociedad civil a menudo han exacerbado el problema al tratar de abordar las debilidades sociales a costa de las empresas. Los presuntos

trade-offs entre la eficiencia económica y el progreso social han sido institucionalizados por décadas de políticas públicas.

Las empresas deben asumir el liderazgo para volver a unir los negocios con la sociedad; ya hay empresas más avanzadas y pensadores líderes que reconocen esta necesidad, y ya están emergiendo elementos promisorios de un nuevo modelo. Pero todavía falta un marco general para guiar estos esfuerzos y la mayoría de las empresas sigue pegada en la mentalidad de la “responsabilidad social” donde los problemas sociales están en la periferia, no en el centro. La solución está en el principio del valor compartido, que involucra crear valor económico de una manera que también cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos. Las empresas deben reconectar su éxito de negocios con el progreso social. El valor compartido no es responsabilidad social ni filantropía y ni siquiera sustentabilidad, sino una nueva forma de éxito económico. No está en el margen de lo que hacen las empresas, sino en el centro. Creemos que puede iniciar la próxima gran transformación en el pensamiento de negocios. Porter et. al, - Harvard Business Review (enero 2011).

En los orígenes de la discusión sobre el asunto se contemplaron diversos teóricos, para quienes la única responsabilidad de las empresas era maximizar los rendimientos económicos o mayor valoración accionaria para sus propietarios o accionistas. En ese orden de ideas, el economista Milton Friedman, quien fue uno de los máximos defensores de esta postura, sostuvo que las dificultades sociales no eran de interés para los hombres de negocios y que dichos problemas se resolverían desde la dinámica del libre mercado. Asimismo, afirmó que la gerencia tiene como propósito “hacer tanto dinero como sea posible mientras que se actúe conforme a las reglas básicas de la sociedad, las consagradas en la ley y las costumbres éticas” (Friedman, 1970- citado por Cardona, D., Mejía, C. & Hernández, J. (2020)

Hemos observado varias coincidencias en este concepto de la creación de valor

compartido con los todos los *stakeholders*, tanto por lo explicado por el Sr. Argandoña del IESE de la Universidad de Navarra. Lo acordado en la *Business Round Table*. Se trata de compañías que cuentan con más de 15 millones de empleados y unos ingresos anuales superiores a los US\$7 billones; conformada por 181 presidentes ejecutivos de las principales corporaciones mundiales. Que lidera el Sr. Jaime Dimon, quien además es el CEO del JP Morgan Chase Bank De EE.UU. indicado por BBC. Mundo (agosto 2019). Esto fue referido por dicha institución antes de la pandemia.

En lo explicado por el reconocido pensador y estrategia Michael Porter y M. Kramer de la Universidad de Harvard. Sobre la importancia de la creación de valor compartido tanto para la gran empresa como para la mediana y pequeña empresa (pymes). Lo que nos motiva a impulsar este concepto que además tendría para el caso de las pymes peruanas un gran aporte ya que la generación de valor compartido, es un factor que produce una existencia empresarial prologada y más exitosa lo que alejaría el alto inconveniente del empresariado informal peruano, principalmente en las pequeñas empresas, factor importantísimo en la competitividad y desarrollo empresarial.

COMPETITIVIDAD

La importancia de la competitividad de las pymes, radica en saber cómo gestionar los recursos de la empresa, para incrementar su productividad, sostenibilidad, durabilidad de la empresa y además anticiparse a los requerimientos y exigencias que el mercado pueda generar, manteniendo con una actitud positiva les que permita enfrentar las exigencias que demanden. El mundo moderno empresarial a partir del libro de Michael Porter *Competitive Strategy*, que fue publicado en 1980, se desencadena una evolución en el campo empresarial muy intensa en el tema de la competitividad y sobre todo el concepto de lo que significa la

estrategia; extendiéndose la competitividad también hacia los países.

Es posible que las oportunidades de crear valor se vean afectadas negativamente también porque en su gran mayoría estas empresas no tienen programas de incentivos relacionados con el cumplimiento de metas o sistemas de compensación variable, lo cual afecta directamente dos de los pilares importantes de la creación de valor como las iniciativas de innovación y la maximización del flujo de caja, y en pocos casos, los programas de capacitación. La identificación de aspectos que pudieran estar destruyendo valor o minimizando su creación se ve mediatizada, por el hecho que el propietario suele ser juez y parte al establecer los objetivos y controlar él mismo los resultados de la empresa. Por otro lado, la falta del concepto de valor de la empresa hace que no se establezcan los impulsores del valor y por lo tanto no se controlen ya que los existen son en su gran mayoría de tipo contable/financiero y operativos. Según la investigación realizada por el Dr. J. Chou más del 58% de las pymes (mediana empresas) del sector comercio de Lima conoce intuitivamente el concepto de valor de la empresa, pero sólo un poco más del 7% tiene el concepto cabal que permite trazar una estrategia para adoptar la gestión basada en valor. Y el 30% de las pymes (medianas empresas únicamente) de Lima puede clasificarse en un status de desarrollo del potencial para la implantación de la gestión basada en valor mientras, que un 60% puede ser considerado como que ya tienen dicho potencial consolidado J. Chou F. (2018).

Es decir, plantea la necesidad de concebir a la empresa como un organismo complejo, compuesto por subsistemas que poseen características propias de acuerdo con el objetivo que persigue, y a las relaciones que se presentan dentro del mismo. El análisis se centra concretamente en el denominado "subsistema financiero", para desarrollar este estudio se plantea la necesidad de integrar metodologías propias de las finanzas

corporativas como lo son, el indicador de valor económico agregado (EVA) por sus siglas en inglés, el análisis de indicadores financieros utilizando la metodología de análisis discriminante de Altman, la valuación de los flujos de caja libre y la valoración cuantitativa y cualitativa del sistema de información contable y financiero. Si se entiende que las herramientas mencionadas no solo permiten evaluar la gestión financiera en una organización, sino que se convierten a la vez en un punto de referencia para formular y ejecutar las estrategias financieras, fundamentales para el desarrollo de las pymes y corporaciones. E. Botero, et. al (2013).

El concepto de estrategia será la que defina la manera en que la empresa cree y refuerce su competitividad a través de sus recursos tangibles e intangibles Bermejo et al., (2013)

La competitividad podemos considerarlo como un concepto dinámico que se va transformando a través del tiempo, pues algunos factores que jugaban un papel importante en el pasado, pero que en la actualidad han dejado de estar vigentes, siendo un componente relevante en este aspecto la tecnología, mientras que otros surgen como consecuencia de la globalización y la propia dinámica empresarial. Cuando se analizan los factores que influyen en la competitividad empresarial también interviene la competitividad del país que actúe la empresa en el caso de estudio el Perú; también se consideran las variables macroeconómicas, sectoriales y de carácter empresarial. Por lo tanto, el análisis de la competitividad se ve influido por el efecto de factores tanto internos como externos, y en estos los stakeholders son una pieza fundamental en el impacto de la competitividad.

El mundo moderno empresarial a partir del libro de Michael Porter *Competitive Strategy* que fue publicado en 1980, se desencadena una evolución en el campo empresarial muy intensa en el tema de la competitividad y sobre todo el valor de lo que significa estrategia,

Por un lado, los resultados son de utilidad al empresario peruano y muestran la necesidad de encontrar procesos de gestión eficientes, que puedan ser aplicados dentro de las estrategias de las pymes para lograr un mejor desempeño y que puedan ser más competitivas. Por otro lado, desde un punto de vista de política pública, los resultados pueden ayudar a los gobiernos a implementar programas económicos que impulsen aquellos factores que incidan de forma más relevante en la competitividad de las pymes. R. Rocca et. al. (2016).

La importancia de la competitividad puede observarse en su relación positiva con el crecimiento económico a largo plazo. Un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias de manera que, además de aumentar la producción de sus empresas, mejora la calidad de vida de sus ciudadanos (IMD, 2012). De acuerdo con una definición estándar de la Unión Europea (2001), la competitividad, a nivel regional y nacional, es la capacidad de un determinado país o región de generar mayores tasas de crecimiento y empleo de manera sostenible las políticas gubernamentales de subsidios y tasas, en el enfoque keynesiano; el cambio estructural, la apertura comercial y la inversión extranjera directa, desde el punto de vista de la economía del desarrollo; y el nivel educativo, el gasto en capital humano, investigación y desarrollo (I+D) e incentivos a la innovación, en la llamada nueva teoría del crecimiento. (...) En estos casos, la competitividad se trató en un concepto ex ante, es decir, se consideraría competitivo al país que asignara sus recursos de manera eficiente con respecto a los demás. Entre los principales resultados obtenidos, se destaca que factores como la educación, la geografía, la igualdad de ingresos, las buenas instituciones y la provisión de bienes públicos pueden ser importantes para que los países utilicen sus recursos de manera eficiente y, en consecuencia, sean más competitivos. V. Medeiros et. al. (2019).

Figura 1. Perú: Índice de competitividad global, 2008-2024

Evolución del Ranking de Competitividad de Perú en puntaje y posición: 2008 – 2024.



Nota: La posición registrada se encuentra como numerador y el total de países evaluados en el año correspondiente aparece como denominador. Por ejemplo, 55/64 se interpreta como el puesto 55 registrado de 64 países.

Fuente: Ranking de Competitividad Mundial 2024 Institute of Management Development (IMDI) Centrum PUCP - publicado por el diario Gestión de Lima Perú junio del 2024

El tema de la competitividad es un elemento importante y reflejo de la situación y evolución del país, y vemos una tendencia de caída de la competitividad empresarial y un crecimiento de la informalidad principalmente en las pymes y mypes y en estos aspectos un factor que influye es la generación de valor compartido que al alejarse de este concepto y de la interacción con los stakeholders hace que la empresa vaya retrocediendo y en muchos caso especialmente pequeñas empresas caen en informalidad o desaparición de la empresa. Un factor externo que contribuye a mejorar la competencia de las empresas es la competitividad empresarial del nivel de competitividad del país donde opera, en este caso de estudio es el Perú, para nuestras pymes. Podemos considerar que la responsabilidad social empresarial en su relación con los stakeholders busca generar valor para la misma empresa y por ende hacia los stakeholders también de allí al importancia y relación que guardan entre sí y esto directa e indirectamente contribuye en la mejor competitividad de la empresa. De todo lo señalado podemos considerar que la contribución de la RSE a la generación de valor y a la competitividad. M.I Saz Gil (2008). Según Porter (1987) menciona

que los factores fundamentales de la estrategia competitiva son: liderazgo, segmentación y diferenciación, como elementos claves; además de los financieros y de innovación que ya fueron mencionados; así como los que opina que es la productividad y otros que se enfocan en la rentabilidad. También es interesante lo opinado por el Ing. W. Giraldo (2013):

La calidad no es el costo de suministrar lo que se produce, es el valor que recibe el cliente de esa producción. Calidad de clase mundial quiere decir proporcionar productos y servicios que satisfacen las necesidades de los clientes a un costo que represente valor para el cliente.

TABLAN° 1
Pilares de la Competitividad

Entorno habilitante	Mercados
1. Instituciones	7. Mercado de bienes
2. Infraestructura	8. Mercado laboral
3. Adopción de TICs	9. Mercado financiero
4. Estabilidad macroeconómica	10. Tamaño del mercado
Capital humano	Ecosistema de innovación
5. Salud	11. Dinamismo empresarial
6. Habilidades	12. Capacidad de innovación

Foro Económico Mundial - 2020

Un aspecto muy importante es la que se desprende de visualizar como la interrelación que tienen los aspectos financieros, organizacionales y educativos en la creación del valor, ya que estos constituyen elementos fundamentales de la gestión de las pymes en propiciar valor y competencia; los esfuerzos que se realicen para mejorar el conocimiento empresarial y financiero, así como la cooperación realizados por los *stakeholders* tanto internos como externos son factores contributivos de la competitividad empresarial y financiera que se desea alcanzar nuestras pymes peruanas tanto en el país y el exterior.

Figura 2. Índice de innovación global al 2022



Fuente: Global Innovation Index dic. 2022

También debemos destacar que la tecnología e innovación así como los diversos avances que hay en el mundo serán para nuestras pymes un factor adverso en su competitividad; en tanto no se actualicen con estas técnicas, es más la *inteligencia artificial*, la tecnología 3D, la Big Data y otras serán las que impriman cambios en los procesos productivos y la disminución de costos; para los países con tecnología avanzada será un factor muy competitivo y si nuestras pymes peruanas no se actualizan perderían mercado y participación afectando su competitividad

nacional y global. El factor educativo y de capacitación serán determinantes para las pymes peruanas en el futuro cercano.

Para el caso del Perú la situación de la competitividad se complica aún más ya que para el año 2017 el llamado *Niño costero* afectó la competitividad y fue uno de los factores para que el país descienda 5 puntos en la competitividad internacional y nuevamente el 2023 se repite el *Niño costero* afectando la zona norte, y con posibilidades que a fines de año o al inicio al inicio del 2024 se produzca un *Niño global* el cual volvería afectar la zona norte con fuertes lluvias y la zona de la sierra sur con friajes. Los factores climáticos aunados a conflictividad y divergencias política e inseguridad de los últimos años son elementos que han afectado la competitividad y han contribuido al incremento de la informalidad en el país.

PYMES

Según lo expresa la ley 30056 que modificó el texto único ordenado del decreto legislativo 1086 así como el texto único ordenado con el decreto supremo N° 01-2013 - Produce (Min. Producción) indican que en el Perú según las entidades de gobierno han clasificado a las empresas en 4 categorías:

- *Microempresas*: mypes con ventas anuales hasta un límite de 150 UIT como máximo en términos anuales.
- *Pequeña empresa*: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) anuales.
- *Mediana empresa*: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT
- *Gran empresa*: cuyas ventas anuales sean por encima de las 2300 UIT.

La Cepal a las micro y pequeñas empresas las ha agrupado bajo el término de *MiPymes*, también la ley 30056 incorpora esta denominación; y en otros países no utilizan el término mypes solo pymes. El Ministerio

de Trabajo del Perú a su vez clasifica a las empresas por el número de trabajadores:

Tabla 2. Clasificación de las empresas por el número de trabajadores

Tamaño de la empresa	Número de trabajadores
Micro	Entre 1 y 10
Pequeña	Entre 11 y 50
Mediana	Entre 51 y 200

Fuente: Ministerio de Trabajo del Perú

En particular, en el Perú, las MiPymes conforman el 99,5% de la estructura empresarial y generan el 62,6% de empleo; sin embargo, contribuyen a las ventas totales empresariales con solo el 24,0%. No obstante, en el 2020, las MiPymes han mostrado una reducción parcial o total de sus actividades productivas por efecto de la pandemia de COVID-19, dado que las medidas tomadas por los países se traducen en diferentes niveles de restricción social y, por lo tanto, de limitación de las actividades económicas. Cabe resaltar que, las MiPymes representaron el 99,5% de las empresas formales peruanas operativas en el periodo 2020 (Produce, 2020)

También podemos observar el efecto del Covid-19 en el sector empresarial formal en el Perú, que nos muestra una disminución de las empresas en el país, como da a conocer el ministerio de la producción.

Figura 3

CUADRO EVOLUTIVO DE EMPRESAS FORMALES			
TIPO DE EMPRESA	AÑO	AÑO	AÑO
	2016	2018	2020
MICROEMPRESA	1'652,071	2'130,127	1'703745
PEQUEÑA EMPRESA	74,085	79,143	73,623
MEDIANA EMPRESA	2,621	2711	2,749
GRAN EMPRESA	8,966	9182	8,783

Fuente: Min. De la producción

Otro aspecto a comentar es que cada año se crean nuevas empresas y se dan de baja o

cierra otro número de empresas, en nuestro trabajo de campo y en las estadísticas de los diferentes organismos podemos apreciar que en particular las pequeñas empresas son las micro y pequeñas empresas las que cierran y abren nuevas en mucho mayor cantidad. Según diversos comentarios de expertos tributarios existen varios factores, algunos pueden ser porque ya alcanzan el tope de las 170 UIT y deciden cerrar y abrir otra razón social con diferentes nombres, también a factores de competencia, y también a factores de tecnología entre otros, se observa que pocas empresas aumentan en las medianas y grandes empresas sin embargo la mayor carga productiva del PIB del país recae en las grandes y medianas empresas, así como la mayor recaudación tributaria.

En el mismo informe de Produce también señala que “El impacto de la emergencia sanitaria afectó principalmente a las empresas más pequeñas. Según Produce, en el 2020 cerraron el 25.7% de las microempresas, el 10.3% de las pequeñas empresas, 6.4% de las medianas y el 8.4% de las grandes” Ministerio de la Producción (2020).

Un comentario que nos permite meditar en especial de las medianas empresas es lo que escribe Jaime de Althaus para Lampadia:

Se confirma entonces la figura: hay bastante menos medianas empresas que grandes empresas. Algo completamente anormal. Y la razón es obvia: las regulaciones tributarias, laborales y de todo orden se incrementan sustantivamente cuando una empresa pequeña, que a duras penas logra ser formal, intenta crecer.

El resultado es que las medianas empresas difícilmente pueden sobrevivir en medio de la asfixia regulatoria. Sólo lo pueden hacer las grandes empresas. Miguel Jaramillo estima que para una mediana empresa cumplir con las normas le tomaría el 20% de su personal. Algo inviable. Roberto Abusada, en reciente artículo publicado en El Comercio, apuntó que, sólo en lo laboral, “es imposible cumplir con 136 normas legales (la mitad de ellas promulgadas en los últimos seis años)

que abarcan más de 1,400 páginas y más de 2.000 artículos”. Esta información procede del compendio de normas sobre la legislación laboral elaborado por el Ministerio de Trabajo. Fue procesada por el IPE para El Comercio el 8 de abril en ese diario. Esta maraña de normas ataca sobre todo a los pequeños y a los que quieren crecer. Por eso no hay medianas empresas. También debido a la legislación tributaria. El informe de El Comercio precisa que “entre los subcapítulos relacionados a las obligaciones del empleador, las regulaciones respecto a la seguridad y salud en el trabajo es la más extensa con 220 páginas. Esta se compone por 11 normas, entre las cuales destacan la Ley de Seguridad y Salud en el trabajo, y las siete normas que modifican o aprueban disposiciones complementarias a esta ley. También sobresale la regulación de las planillas, la cual posee una extensión de 119 páginas”. (publicado por el diario El Comercio, mayo 2018).

FIGURA 4. Explicación gráfica planteada por el Sr. Jaime de Althaus en Lampadia -2018



Fuente: Revista digital Lampadia -2018

Para conocer los tipos de actividades de las empresas por categorial encontramos un cuadro publicado por Produce en base a información de la SUNAT al año 2021 y que nos brinda una visión gráfica de los tipos y formas legales de actividades empresariales que realizan las empresas en sus modalidades constitutivas legales, que dan a conocer SUNAT y Produce lo que nos permite tener una visión de las empresas del país. (ver Figura 5).

Figura 5. Actividades empresariales por tipo de contribuyente y de empresa

Mipyme formales según tipo de contribuyente, 2021

Tipo de Contribuyente	Mi cro empresa	Pe queña empresa	Mediana empresa	Mipyme	Gran emp resa	Total
Persona Natural con Negocio*	1,434,203	10,712	138	1,445,053	293	1,445,346
%	70.5	13.3	4.9	68.2	2.7	67.9
Sociedad Anónima Cerrada	299,478	40,443	1,714	341,635	6,401	348,036
%	14.7	50.3	60.3	16.1	58.7	16.3
Empresa Individual de Resp, Ltda	220,147	18,976	441	239,564	1,017	240,581
%	10.8	23.6	15.5	11.3	9.3	11.3
Soc, Com, Respons, Ltda	57,807	7,049	266	65,122	936	66,058
%	2.8	8.8	9.4	3.1	8.6	3.1
Sociedad Anónima	11,964	2,706	268	14,938	2,099	17,037
%	0.6	3.4	9.4	0.7	19.3	0.8
Sociedad Irregular	2,914	192	2	3,108	16	3,124
%	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1
Cooperativas, SAIS, CAPS	1,945	55	2	2,002	41	2,043
%	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4	0.1
Sociedad Civil	1,727	191	7	1,925	37	1,962
%	0.1	0.2	0.2	0.1	0.3	0.1
Sucesión Indivisa con Negocio*	1,601	41	1	1,643	2	1,645
%	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1
Univers, Centros Educat, y Cult,	1,142	12	0	1,154	1	1,155
%	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1
Comunidad campesina, nativa, comunal	924	1	0	925	0	925
%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Sociedad Minera de Respons, Limitada	474	15	3	492	7	499
%	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
Sociedad Anónima Abierta	218	27	2	247	45	292
%	0.0	0.0	0.1	0.0	0.4	0.0
Sociedad por Acciones Cerrada	252	3	0	255	0	255
%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Sociedad Conyugal con Negocio*	185	8	0	193	2	195
%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Sociedad en Comandita por Acciones	21	3	0	24	0	24
%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Empresa de Propiedad Social	8	1	0	9	0	9
%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Sociedad Colectiva	4	0	0	4	2	6
%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
TOTAL	2,035,010	80,435	2,844	2,118,289	10,897	2,129,186

Fuente: Sunat 2021

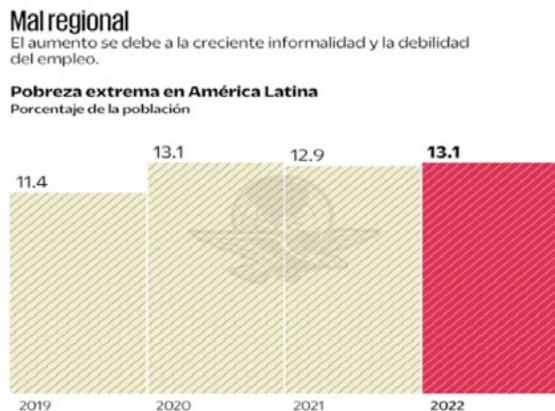
Elaboración: PRODUCE-OGEBEE

La Figura 5 no permite apreciar cómo se distribuye el cuadro empresarial peruano en el año 2021 por cada tipo de empresa.

LA INFORMALIDAD DE LAS PYMES Y SU COMPETITIVIDAD

Este es un aspecto muy sensible en toda la región latinoamericana, ya que el tema de la informalidad empresarial está muy vinculado a los temas de pobreza y dificultades fiscales en diferentes grados en los países de la región. En los últimos años tanto en el Perú como en muchos países de América Latina se han visto perjudicados sobre todo las pymes; con el tema del covid-19 que ha tenido un impacto muy relevante tanto empresarial como laboral a esto se añade la inflación global que tiene una duración prolongada y con causas estructurales que afectó a todo el mundo, incremento de las tasas de interés, además, en muchos países han tenido diversos tipos de problemas políticos a los que se añaden diversos fenómenos de carácter climáticos ambientales. En el Perú estos factores han incidido en el incremento de la informalidad y la pobreza, además del incremento de la pobreza extrema; estas variables guardan cierta correlación negativa para las personas y el país, como vamos a ver más adelante con un impacto relevante en las pymes. Una visión de cómo está el tema de la informalidad en América Latina se muestra en la Figura 6.

Figura 6. Incremento de la pobreza en América latina 2019-2022

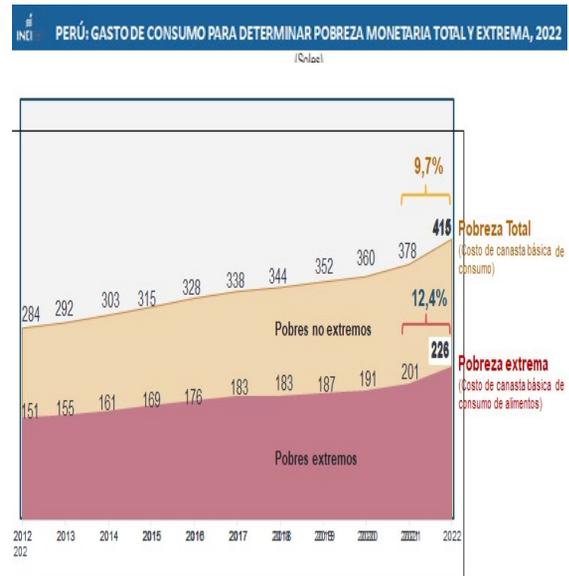


A mayo del 2022 la pobreza en el Perú alcanzó la cifra de 27,5% de los cuales el

5% y a fines del 2023 la pobreza subió a 29,0% y la pobreza extrema a 5.4% según el INEI cifras muy preocupantes de alto número de personas que están en pobreza extrema con una alta vulnerabilidad. Y en agosto del mismo año el INEI publica que la informalidad alcanzó la cifra del 76,1% del empleo cifra bastante alta correlacionada con la pobreza lo cual muestra los efectos de covid-19, la inflación y la conflictividad social lo cual se agravaría a principios del 2023 con la tormenta tropical *Yaku* y el *Niño costero*, factores adversos que llevan a un potencial incremento de la informalidad y la pobreza, temas muy relacionados con las pymes y situación como alternativa laboral.

En un análisis evolutivo, el INEI en su presentación de mayo del 2022 muestra el porcentaje de pobreza monetaria (Figura 7).

Figura 7. Porcentaje de pobreza monetaria en el Perú 2013-2022



Fuente: INEI mayo 2022

Para tener una visión comparativa de la región latinoamericana veamos el informe de Cepal (Figura 8).

Figura 8. Cuadro comparativo de la informalidad en América Latina

La informalidad alcanza una de cada dos personas ocupadas en A. Latina

Al menos 130 millones de ocupados informales (53,1% del total) (2016)

Gran heterogeneidad entre países, formas de inserción y sectores de actividad:

- Empleo informal en el sector informal (37,4%)
- Empleo informal en el sector formal (11,6%)
- Empleo informal en los hogares (4,1%).
- Agricultura (79,2%)
- Comercio (49,1%)
- Industria (49%)

Fuente: OIT, 2018

Alrededor de 2019, 30,4% de los ocupados eran trabajadores por cuenta propia.



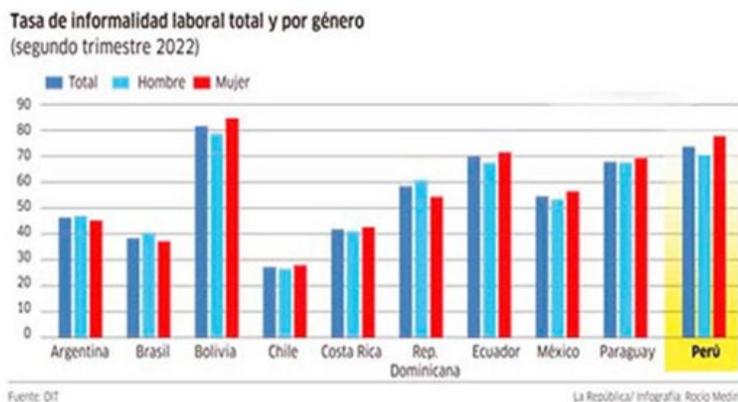
Fuente: CEHLSIAL. Nota: Estimaciones armonizadas de la OIT

Fuente Cepal - agosto 2021

Con respecto a la informalidad en América Latina a continuación presentamos un cuadro ilustrativo (Figura 9) sobre la

situación de la informalidad entre hombres y mujeres informales en la región según la OIT en el 2022

Figura 9. Tasa de informalidad en América Latina por género 2022



Fuente: OIT 2022

Una adecuada estrategia de formalización de las pymes y MiPymes favorecería mucho a los países de la región latino americana y en especial al Perú que muestran altas cifras de informalidad y pobreza, el fortalecer y lograr incentivar la formalización les ayudaría a estos emprendedores a mejorar su situación económica y ser fuente de trabajo y de una

mejor distribución de la riqueza de los países, y una propia mejora. Este sector empresarial resulta estratégico su crecimiento y desarrollo formal, de allí que establecer políticas integrales del aparato gubernamental que faciliten su formalización e ingreso también al sistema crediticio bancario son elementos contributivos para este fin.

De la revisión de la literatura se ha podido observar la importancia que tienen los *stakeholders* en la pymes y de cómo muchas veces las mismas empresas no son conscientes de ello, tanto de sus *stakeholders* internos como externos, sin embargo ellos ejercen una gran influencia en el desenvolvimiento de las empresas y también observamos los altos problemas de informalidad y pobreza de muchas pymes y empleos en la región latino americana, en especial el caso peruano de nuestro estudio, y como la concepción y capacitación hacia la generación de valor compartido se constituye en un elemento vital para disminuir la informalidad de este sector empresarial y por ende de la pobreza, además propiciar mayores empleos. Por eso, la relación de las pymes con sus stakeholders con una visión y capacitación en generar valor compartido será un elemento contributivo para la disminución de informalidad. Debemos tener en cuenta que la tendencia a nivel mundial de las inversiones internacionales se está orientando hacia África y Asia principalmente, mientras que la región de América Latina con varios países con conflictividad política, sistemas educativos muy precarios y atrasados, así como una incidencia de los problemas ambientales hacen que disminuya ese flujo de inversiones que hasta antes de la pandemia eran significativos y que no cambiar sus políticas y mejorar su educación y capacitación nos restara competitividad frente a otras naciones y regiones muy en especial en el caso de nuestro país donde para el presente año ya la previsión de crecimiento económico del PIB en el mejor de los casos se está pronosticando a un estimado promedio de expertos e instituciones alrededor del 2% al 2,5% y las perspectivas del año próximo no son muy expectantes, por lo que pensamos deberán ser conscientes las mismas pymes, la población y que el gobierno propicie las mejoras educativas, sociales económicas y productivas que se van a requerir para mantener nuestra competitividad.

Otro aspecto que destaca es lo opinado por el presidente del gremio de la pequeña empresa de la Cámara de Comercio de Lima que indica

que el 97% de la mypes aún se mantienen en el mismo nivel es decir no crecen y no pasan al siguiente nivel empresarial, solamente aumenta el número de mypes, por más de 10 años expresa, basado en datos de la Sunat y publicado por el diario Gestión (Set 13 del 2023)

MÉTODO

Encontramos que un problema principal es ¿cómo influyen los *stakeholders* en la competitividad empresarial de las pymes peruanas? Y de aquí se desprende que un objetivo principal sería: observar la influencia de los stakeholders en la competitividad empresarial de las pymes peruanas. Y siendo este el problema y objetivo principal nos avocamos a buscar y encontrar la relación de elementos y factores no correlacionados en la literatura en este tema y que ayuden a mejorar esta competitividad de este sector empresarial y propiciar algunas sugerencias que puedan ser útiles para la mejora de esta problemática.

A nivel metodológico la presente investigación es de carácter “mixta”, porque integra instrumentos cuantitativos y cualitativos, siendo de carácter observacional, los mismos que se evidencian en las variables e indicadores transversales, que han servido para construir el cuestionario para la entrevista en profundidad; así como para el aspecto cuantitativo en este caso se ha utilizado las encuestas, que se aplicaron a una muestra estratificada. Siendo por tanto una metodología mixta por la calidad de la información teórica, técnica y datos cuantitativos y cualitativos que se encuentran en la fundamentación de la problemática. Para desarrollar el análisis y contrastación se combinan los métodos inductivos y deductivos principalmente, a fin de superar dialécticamente la complejidad de la investigación. La población se considera infinita en relación con la magnitud de las pymes del Perú, región latinoamericana y el mundo; en tanto que la muestra es finita y estratificada. Para las entrevistas se han buscado a expertos, altos funcionarios gubernamentales y directivos de gremios empresariales entre

otros. Un factor importante en esta etapa es que uno de los investigadores es experto en temas metodológicos y su contribución fue valiosa.

RESULTADOS

ASPECTOS CUALITATIVOS

Opiniones condensadas expresadas por los expertos entrevistados

En los comentarios cualitativos expresados por los expertos en función de las preguntas resumimos estas respuestas en los comentarios siguientes:

P1.- ¿Cómo considera usted el conocimiento que estas empresas pudieran tener de sus stakeholders y la interrelación que con ellos tienen tanto internos como externos?

Respuesta: En general intuitivamente identifican a sus stakeholders, aunque normalmente no son conscientes de ellos, ni de la importancia de su gestión dentro de sus negocios. Con respecto a los stakeholders internos, normalmente no los gestionan, y al constituirse normalmente como negocios unipersonales, no suelen ver la importancia de la gestión de los stakeholders internos, pues tratan a la empresa como una extensión de la familia. Es más desarrollada la visión en la mediana empresa.

P2.- ¿Está Ud. de acuerdo que las pymes peruanas deben impulsar el concepto de generación de valor compartido, esto además disminuiría la informalidad en el país?

Respuesta: Creo que debería impulsarse el concepto de valor compartido, además es un ganar - ganar para todos. Esto debe capacitarse desde el colegio y mayor aun en la universidad. El concepto de disminuir la informalidad sería mínimo o muy bajo por el poco conocimiento de las pymes del concepto y porque la informalidad es un tema complejo que involucra a muchos entes de la sociedad, al Estado en su conjunto y como una opción empresarial y de la sociedad en general siendo un problema generalizado a nivel latinoamericano.

P3.- ¿En su opinión cómo ve usted el nivel de competitividad que tengan las pymes peruanas, tanto en el mercado interno como internacional?

R 3.- Respuesta: Las pymes peruanas tienen un nivel bajo de competitividad en el mercado internacional, y en el mercado interno medio-bajo. Están altamente expuestas a cambios del entorno y sobre todo las industriales/comerciales muy expuestas a perder mercado como consecuencia del ingreso de importadores. Las pymes peruanas tienen bajos niveles de productividad, esto debido a la informalidad de las empresas (se incrementa en postpandemia) que tenemos ahora y a las condiciones laborales, situación que no le permite competir en el mercado interno, ya que el incremento de las importaciones cada vez se encuentra más limitado. En cuanto al mercado internacional para las pymes es reducido. Salvo excepciones de empresas que encuentran nichos de mercado pequeños (cantidad y monto) y exclusivos para sus productos.

P4.- ¿Cómo ve usted el aumento de la informalidad en el país después del Covid-19 y qué efectos considera que esto podría generar en las pymes peruanas?

Respuesta: El problema de la informalidad en el país es crónico, el COVID 19, lo agravó, pero en principio, este ya existía. Su efecto principal es el bajo nivel de sobrevivencia empresarial y la creación de un mercado laboral con subempleo. El aumento de la informalidad en nuestro país es preocupante, el IPE1 informa lo siguiente: “En el 2021, la tasa de informalidad laboral en el Perú ascendió a 76,8%, el nivel más alto en los últimos 11 años. Ello habría significado el ingreso de casi 700 mil trabajadores al sector informal respecto al nivel prepandemia”. Los efectos inmediatos en las pymes son: baja el nivel de productividad, baja la calidad de

¹ IPE: Instituto Peruano de Economía (<https://www.ipe.org.pe/porta/trabajadores-informales-ganan-15-menos-que-antes-de-pandemia/#:~:text=Perfil%20pospandemia,en%20los%20%C3%BAltimos%2011%20a%C3%B1os.>)

los productos, baja los niveles de ventas. Cierran las empresas, despido de personal o cambio de giro del negocio.

P5.- ¿Cuál es su opinión que tiene y tendrá para las pymes peruanas el impulso y desarrollo de la digitalización en nuestro país?, ¿será favorable para las pymes peruanas o desfavorable?

Respuesta: La digitalización tendrá un impacto favorable en las empresas, al reducirles los costos de gestión y de cumplimiento tributario, y debería tener un impacto moderado en el proceso de formalización empresarial. El impulso al desarrollo de la digitalización que tendrá las pymes es interesante, sin embargo, debe ser sostenible, porque la digitalización conlleva a la inversión en herramientas tecnológicas (hardware y software), que muchas pymes no cuentan con liquidez para realizar estas adquisiciones, en esta iniciativa de la digitalización deberían considerar el financiamiento. Es favorable para las pymes, porque es la tendencia mundial a la cual tienen que adaptarse; sin embargo, se requiere el apoyo financiero, con crédito directo a bajo interés y con plazo de gracia, para la adquisición de las herramientas tecnológicas.

P6.- ¿En su opinión cómo ve la confianza e interrelación de las pymes peruanas con las entidades gubernamentales y gremiales?

Respuesta: Las pymes no suelen agruparse, y suelen tener una gran desconfianza de las entidades públicas, en su mayor parte las ven como “entidades que limitan” a su negocio. Por otro lado, dependiendo el sector y dónde operan las empresas, pueden tener mayor o menor confianza en las entidades. En opinión de uno de los expertos consultados, este nivel de confianza es más reducido en el caso de la interacción con las municipalidades. Actualmente en nuestro país, las entidades gubernamentales han redefinido las políticas de Estado a los grupos empresariales: **MYPES**

(micro y pequeña empresa), **MIPYME** (micro, pequeña y mediana empresa).

MYPES: tienen apoyo de los gobiernos locales (municipalidades), Ministerio de Trabajo y otras entidades gubernamentales y no gubernamentales.

MIPYME: tiene apoyo de PRODUCE (Ministerio de la Producción). Sin embargo, las pymes (pequeña y mediana empresa) no están considerada en estas políticas de Estado, razón por la cual su crecimiento es limitado, las medianas no llegan a ser gran empresa y las pequeñas no son medianas empresas. Por lo tanto, no hay interrelación directa de las pymes con las entidades gubernamentales. Los gremios de MYPES (están atomizados a nivel nacional), y los gremios empresariales (gran empresa) están centralizados en Lima y Arequipa principalmente. Tampoco hay relación de las pymes con los gremios.

ASPECTOS CUANTITATIVOS

Encuesta realizada a empresarios pymes peruanos

Para la evaluación de carácter cuantitativo en base a estadísticas en las personas directamente vinculadas al tema de estudio, se ha desarrollado un cuestionario de los cuales se han procesado ocho (8) interrogantes de carácter más relevante y se aplicó a una muestra estratificada de noventa (90) participantes: treinta (30) representantes de los *stakeholders* internos; treinta (30) representantes de los *stakeholders* externos y treinta (30) a estudiantes de pre grado y de post grado, así como a magísteres y doctores; de las especialidades empresariales relacionados ya sea laboralmente o personalmente tanto directa o indirectamente estén relacionados con las pymes. Por razones estrictamente académicas se han seleccionado y procesado estadísticamente las interrogantes que a juicio del investigador especialista en temas metodológicos consideró las más relevantes relacionadas con el tema a investigar. Un resumen de las preguntas y respuestas

seleccionadas se puede apreciar en la Tabla 2 y resultados seleccionados se muestran en la Figura 10 que en primer lugar se muestran las preguntas que se han procesado y los porcentajes de las respuestas obtenidas de los entrevistados. Como parte del proceso de investigación el cuestionario fue validado por tres doctores expertos quienes aprobaron el cuestionario de preguntas y además se hizo un análisis de confiabilidad del mismo con el Alfa de Cronbach el cual arrojó un 0,8235%

Para asegurar la confiabilidad de la investigación, se desarrolló una prueba piloto que consta del 10% del total de 90 de la muestra, haciendo uso de la encuesta mencionada, se obtuvo los datos necesarios para hallar el nivel confiable al introducirlos en el programa estadístico SPSS, determinando la función Alfa de Cronbach.

El resultado de esta prueba tiene los siguientes componentes:

Para obtener el Alfa de Cronbach, se halló lo siguiente:

S_i^2 = Varianza del número de ítems.

$$S_i^2 = 0,27+1,37+0,27+0,80+0,30+0,67+1,60+0,57+0,30+0,17+1,20+0,70+0,17+0,17$$

$$S_i^2 = 8,53$$

S_t^2 = Varianza total de los valores observados.

$$S_t^2 = \text{Var.S} (19+28+29+20+32+18)$$

$$S_t^2 = 36,27$$

K = 30 (treinta preguntas)

$\alpha =$ 0,8235

También para la toma de la información se dieron instrucciones y lineamientos a tener en cuenta para los encuestadores a fin de poder tener los datos de las encuestas lo más preciso posible con la información recolectada.

Tabla 3. Preguntas procesadas estratificadas de las encuestas

RESUMEN DE LAS PREGUNTAS ESTRATIFICADAS PROCESADAS DE LA ENCUESTA

- 1 ¿En qué grado conoce o desconoce a los stakeholders (Interesados/involucrados) de su empresa tanto internos como externos?
- 2 ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con que, la influencia de los stakeholders es fundamental en la competitividad empresarial de las Pymes peruanas?
- 3 ¿Cómo valora el nivel de letalidad (afectación, desaparición o salida del mercado) por efecto del covid-19 en el caso de las Pymes peruanas?
- 4 ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con el nivel y número de regulaciones y dispositivos de diversas entidades del gobierno, incluyendo las municipalidades es un factor muy importante de la alta informalidad laboral y empresarial de las Pymes peruanas?
- 5 ¿En qué medida está de acuerdo o desacuerdo con el argumento de que las herramientas de la economía digital son de vital importancia para el desarrollo empresarial y competitividad de las Pymes peruanas?
- 6 ¿En qué grado la economía digital y la educación virtual impulsada durante la pandemia covid-19 influye en la competitividad de las Pymes del Perú 2022-2024?
- 7 ¿En qué grado conoce, el concepto de "Generación de Valor Compartido" con sus Stakeholders en la Pymes peruanas?
- 8 ¿En grado está usted de acuerdo o en desacuerdo con el argumento de que, generar valor es un concepto mucho más relevante que generar utilidades? (se explico el concepto)

El resumen consolidado y estratificado de las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas

de las preguntas, que fueron seleccionadas por su relevancia, se presentan en la Figura 10.

Figura 10. Resumen consolidado porcentual y estratificado de las respuestas de la encuesta

		RESPUESTAS POSITIVAS		RESPUESTAS NEGATIVAS	
		Aceptable Alto Muy alto		Bajo y Muy bajo	
Pregunta	#	TOTAL POSITIVO %		TOTAL NEGATIVO %	
Pregunta	#	1	73.33%		26.67%
Pregunta	#	2	83.33%		16.67%
Pregunta	#	3	85.56%		14.44%
Pregunta	#	4	74.44%		25.56%
Pregunta	#	5	85.56%		14.44%
Pregunta	#	6	90.00%		10.00%
Pregunta	#	7	12.22%		87.78%
Pregunta	#	8	75.56%		24.44%

Fuente: Resultado de la Encuesta - elaboración propia

DISCUSIÓN

La realización de la encuesta fue sumamente compleja ya que siempre existe temor de los entrevistados de dar su propia información y su relación con las entidades gubernamentales y además que estén dispuestos a aceptar la encuesta. Un tema destacado fue que el concepto de generación de valor compartido fue de sumo interés, primero porque vieron la diferencia de lo que significa el obtener ganancia con generar valor y más aún cuando se explica y se comenta el generar valor compartido fue una de las etapas más relevantes por ser un tema desconocido para muchos de ellos y de gran valor para estas empresas y el país en general.

Otro tema también fue el de los *stakeholders*, primero que es una palabra en inglés y segundo entender su concepto especialmente los externos son más difíciles de comprender si estuvieron muy de acuerdo que el tema de la tramitología y multiplicidad de entidades reguladoras o fiscalizadoras es de gran preocupación, así como el poder utilizar la tecnología y la digitalización también fueron temas de interés. También en la literatura hemos podido observar muchas investigaciones de las pymes y algunas de la competitividad,

pero ninguno enfoca la problemática desarrollada en este trabajo que pretende aportar los aspectos antes mencionados como apoyo a un sector empresarial de gran perspectiva. Según se desprende de lo comentado por los expertos y las respuestas de las entrevistas se observa lo comentado acerca de las clasificaciones empresariales en el país, difieren en su agrupación de estas empresas por las distintas organizaciones públicas y también en algunos casos con organizaciones internacionales; en la clasificación de las empresas en el país; observamos que las llamadas PYMES prácticamente no se están clasificando o que es un sector empresarial poco buscado para constituirse como tal, lo que explica en parte su casi imperceptible crecimiento.

CONCLUSIONES

1. Entender y comprender la existencia y la interdependencia de todos los stakeholders, es un objetivo fundamental de este trabajo, siendo una labor importante a difundir y capacitar a las pymes en general, a las entidades gubernamentales involucradas a este sector, así como a la academia, ya que su comprensión e integración va a contribuir a generar valor compartido, con ellos tanto *stakeholders* externos como internos para ayudar al crecimiento de las mismas empresas y del país en su conjunto, y serian un factor que coadyuve y aporte un mayor grado de formalidad empresarial. Considerando que además podrían ser esta comprensión de los *stakeholders* un elemento contributivo a formar cadenas productivas que contribuyan a una mayor competitividad empresarial de estos sectores. Esto aunado a la dispersión y poca integración gremial de las mypes y pymes en el país como refieren los expertos hace aún más que los empresarios pymes estén más aislados y ante las diversas dificultades que se plantean en el país pasan a la informalidad, lo que como vemos en los informes del INEI, la cifra de informalidad es muy alta en el país lo que les quita

competitividad a este sector empresarial. Esto está confirmado con las dos preguntas del tema tanto en un 73,33% como en un 83,33% de los encuestados lo que revela la importancia que le dan al tema de los *stakeholders*.

- Otro de los objetivos era estudiar y conocer en los resultados de las encuestas sobre este concepto de *generación de valor compartido* el cual era poco conocido por estos empresarios; sin embargo, cuando se les explicó el mismo la gran mayoría estuvo de acuerdo de sus beneficios. Además, algunos expertos comentaban que aun las grandes empresas no siempre conceptualizan este concepto, y de los múltiples beneficios que generan, lo que también se observa en la literatura presentada. Por lo que consideramos que la difusión de este concepto debe debería difundirse tanto en las universidades, también colegios e institutos, el cual sería un factor para un mejor desarrollo que tendrían a futuro los empresarios pymes y su potencial de competitividad al aplicarlo se generaría una mayor permanencia de las empresas en el mercado e integrarlo conceptualmente en sus negocios. En su inicio arrojó un desconocimiento del 90% del concepto, pero al tener clara y entendida su explicación de la implicancia de los diferentes stakeholders estos estuvieron de acuerdo en un 75,56% en su futura aplicación en sus empresas o su relación con ellas. para entender las ventajas que ello implicaría para el conjunto de la economía y de la sociedad nacional, y quizá al mayor impulso de formalización y desarrollo empresarial, así como contribuir a incrementar la competitividad, la permanencia en el mercado y durabilidad de las empresas
- Un objetivo también importante que deseamos conocer como impactaba a este sector empresarial, era el de conocer los efectos de la tramitología que existe actualmente en el control que ejercen diversas entidades gubernamentales hacia las pymes y mypes en especial lo que

ellos visualizan de este tema. Se destaca además que también se aúna a la opinión de los expertos sobre la multiplicidad de entidades, que coincide con lo opinado por Jaime de Althaus y Roberto Abusada (et. al. 2018) sobre este tema de la alta tramitología para poner en marcha una empresa permisos y licencias en Registros Públicos, Municipalidades, Notarías o Defensa Civil para revisar el local, ministerios de Trabajo, Sunat, Produce y otros como han referido algunos autores, este exceso de trámites y tiempos dificulta la formalización y también la información o trámites que operativamente deben realizar este tipo de empresarios; por consiguiente afecta la competitividad, y sus opciones crediticias y bancarios entre otras razones. El 74,44% de los encuestados confirma este estar de acuerdo con esta situación de ser un tema álgido.

El proceso de unificación de criterios de clasificación de los grupos empresariales peruanos debe ser único y no que diversas entidades los clasifican por diferentes criterios lo que dificulta la información estadística de las diversas empresas y su potencial apoyo tanto gubernamental como privado e internacional a cada uno de ellos. Consideramos que el coadyuvar al proceso de formalización empresarial lo cual sería necesario y conveniente para el proceso de formalización de la MYPES, PYMES, y las llamadas MYPYMES, (doble clasificación) lo que podría implicar un trabajo integral gubernamental incluyendo los municipales y notariales o procesos registrales; para disminuir trabas burocráticas sugerimos que podría crearse una *ventanilla única* de formalización con todas los registros y documentación requeridos por todas las instituciones en un tiempo muy corto, y apoyar esquemas educativos que permitan conocer las ventajas de la formalización empresarial y la competitividad que tendrían; muy especialmente las pymes, que como vemos no tiene un incremento empresarial significativo y las crisis muchas veces en

especial las pequeñas empresas queden en el informalidad lo cual debe estimularse su formalidad y sus ventaja de todo tipo.

4. El tema de la digitalización y tecnología fue otro objetivo de la investigación y es algo que forzosamente las empresas PYMES de una u otra manera deberán ingresar, quizá con diferentes niveles tecnológicos, y de proceso, por ahora los bancos con diversos productos financieros y con diversas denominaciones o modalidades están facilitando las operaciones principalmente de compra, venta, y sus respectivos pagos que pueden realizar con celulares u otros productos y que ayudaran a realizar sus operaciones; así como el uso principalmente de cuentas de ahorro, también el empleo de los sistemas contables; pero la educación y capacitación de estos temas será fundamental para las PYMES ya que este es un factor decisivo para mejorar su competitividad y su expansión en el mercado interno y más aún a quienes aspiran a ingresar al mercado externo que es más competitivo. Las encuestas en este tema confirman en un 85.56% y más aún posterior a la pandemia en un 90% de conformidad a la pregunta estar de acuerdo de la importancia que tiene y tendrá la tecnología en la evolución de este sector empresarial de las pymes peruanas; recordando que su implementación representa un costo importante en este tipo de empresas y por ende su formalización les ayudará en el financiamiento del software y hardware que pudieran requerir. Las entrevistas a empresarios pymes han demostrado la alta preocupación e interés de éstos por la tecnología y la digitalización, siendo estos procesos especializados y muy técnicos, pero a su vez muy necesarios ya que las empresas alejadas de la tecnología están condenadas a salir del mercado, por eso se recomienda que el estado y las instituciones educativas, así como las gremiales promuevan la capacitación y entrenamiento en las principales herramientas de la digitalización de estas empresas para la mejora de su competitividad e inclusión y formalización, que las ayudaría a crecer y desarrollarse con

mayor competitividad. Además, se puede ver que en el mercado se aprecia que ya las instituciones financieras y bancarias están forzando los procesos digitales, así como la SUNAT para los temas tributarios y aduaneros, que para este sector es muy importante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Althaus Jaime comentario publicado en Lampadia - mayo 21 DEL 2018
- Argandoña Antonio - La teoría de los stakeholders y la creación de valor IESE Business School - Universidad de Navarra España - 2011.
- BBC Mundo de Londres del 23 de agosto del 2019 acerca de la redefinición del Capitalismo propuesta por el "Business Round Table" de los CEO de 181 Corporaciones. CEO son los directores ejecutivos de las principales corporaciones globales
- Bermejo R.E. Nieto E. y García del Junco Perfil competitivo de las empresas en el subsector de serigrafía e ID en Madrid España Atlantic Review Economic (2013)
- Botero C. Eduardo A, Garnica A. Diana M, Soto G. Johanna M. (2013) La competitividad financiera: un componente fundamental de la competitividad empresarial. Contexto, Vol. (2), 141-157
- Cardona, D., Mejía, C. & Hernández, J. (2020). La ética en los negocios: una perspectiva desde los stakeholders. Revista Saber, Ciencia y Libertad, 15(2), 151-163. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6726>
- CEPAL- Laís Abramo - Informalidad laboral en América Latina y el Caribe - agosto 2021
- Chou Flores José A., Tesis Doctoral "La Gerencia para la Creación de Valor y los Obstáculos para la Implementación en las Pymes del Sector Comercio de Lima - Repositorio USIL Escuela de Post grado doctorado en Administración 2018.

- Coronavirus estadístico - revisado Universidad Johns Hopkins al 10 de marzo del 2023 <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Diario el Comercio de Lima Perú lo publica el día 4 d Junio del 2023 sección Economía Página # 14
- Diario Gestión de Lima Perú publicaciones del 13 de setiembre del 2023 pagina # 02 y del 19 de junio del 2024 pagina # 13
- Freeman R. Edward - Strategic Management: A Stakeholder Approach - Cambridge University Press, Ed. del 2010 – ISBN: 0521151740, 9780521151740- Primera ed.1984
- Giraldo Mejía Wilfredo Ambrosio Tesis Doctoral: Efectos de un Sistema de Alerta Financiera Como Base de Información de Costos no Identificados en la Rentabilidad Financiera Repositorio USMP – Unidad de Post Grado FCEF-USMP - 2013.
- IESE Business School - Newsletter N.º 5 - Otro punto de vista - La Evolución del Concepto Stakeholders en los Escritos de Ed Freeman - noviembre 2009
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI - nota de prensa sobre la pobreza monetaria en el Perú N° 65 mayo 121 del 2022
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI - Informe sobre el empleo y la informalidad agosto del 2022
- Instituto Peruano de Economía - Impacto de la pandemia sobre el tejido empresarial formal publicado en el boletín de discusión del 2021 web site:
- International Accounting Standards Board (IASB), 2009 y el (International Accounting Standards Committee Foundation) IASCF, Web: www.iasb.org ISBN: 978-1-907026-34-8
- Medeiros Víctor, Goncalves Lucas, Camargo Evandro -La Competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo- Revista de la CEPAL N° 129 diciembre de 2019
- Ministerio de la producción - Informe las MiPymes en cifras 2020
- Organización Internacional del Trabajo OIT - Panorama Laboral 2022 América Latina y el Caribe.
- Porter Michael from Competitive Advantage to Corporate Strategy. Harvard Business Review, May 1987.
- Porter Michael y Mark R. Kramer “La Creación de Valor Compartido”, Harvard Business Review enero-febrero 2011
- R. Edward Freeman y John Mc Vea “A Stakeholder Approach to Strategic Management” Darden Graduate School of Business University of Virginia USA 2001
- Rocca Eduardo, Domingo García, Antonio Duréndez -Estrategia empresarial -PUCP Revista Contabilidad y Negocios Universidad Politécnica de Cartagena -<https://doi.org/10.18800/contabilidad.201602.004>
- Saz Gil María Isabel - Investigadora de la Universidad de Zaragoza - Introducción a la Gestión Stakeholder en las Organizaciones No Lucrativas. Una aproximación a través del estudio de casos - enero 2008

REFERENCIAS DOI o URL

https://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms_867497.pdf - ISSN: 2305-0276

https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/01_lais_abramo.pdf

<https://www.geiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oee-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1008-las-mipyme-en-cifras-2020>

<https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2021/09/Boletin-impacto-de-la-pandemia- sobre-las-empresas-formales.pdf>

<https://www.lampadia.com/analisis/gobernanza/no-hay-medianas-empresas-en-el-peru/?print=pdf>